

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Pada zaman modern sekarang ini perkembangan bisnis kuliner terus berkembang karena makanan merupakan kebutuhan pokok bagi semua manusia dan hal ini menjadikan persaingan yang ketat dalam bisnis kuliner. Oleh karena itu diperlukan strategi bisnis dan pemasaran yang tepat agar bisnis lebih berkembang. Apalagi Negara Indonesia dikenal dengan berbagai macam kulinernya sehingga makanan yang diperjualbelikanpun tersedia dalam berbagai jenis. Semakin berkembang masyarakat modern yang memiliki aktivitas yang sibuk sehingga cenderung mencari makanan dan minuman diluar rumah dengan cita rasa tertentu yang memenuhi standar. Sehingga bisnis kulinerpun banyak bermunculan membuat persaingan di dunia bisnis kuliner semakin tinggi dan para pengusaha dituntut untuk menentukan perencanaan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Perilaku konsumen pun terus berkembang seiring berjalannya waktu. Pelanggan semakin kritis dan keinginannya terus berubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan pelanggan secara

terus menerus. Disaat rumah makan yang sebelumnya hanya menyediakan menu makanan dan minuman saja untuk dijual, tetapi sekarang menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan berbagai pelayanan. Selain untuk memuaskan rasa lapar para pelanggan, usaha rumah makan juga menyediakan suasana yang nyaman dan tenang dalam menyantap hidangan. Selain sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan utama yaitu makan dan minum, rumah makan juga digunakan sebagai tempat untuk bersosialisasi, berkumpul, memperluas jaringan, bertukar pikiran dan bahkan menjadi salah satu tempat untuk melakukan rapat bisnis antar eksekutif perusahaan. Sehingga dapat dikatakan kebiasaan makan dan minum di luar rumah telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern dan bertambah luas dari fungsi utamanya. Hal inilah yang menyebabkan bisnis kuliner terus berkembang.

Faktor lain yang menjadi persaingan usaha rumah makan yaitu adalah *atmosphere* (suasana) rumah makan . meskipun *atmosphere* rumah makan tidak terlalu mengkomunikasikan produk dibanding iklan tetapi *atmosphere* rumah makan dapat dijadikan sebagai penarik minat konsumen untuk membeli makanan di rumah makan tersebut..

*Atmosphere* merupakan suasana yang direncanakan untuk memenuhi kebutuhan pasar sasaran dan sekaligus menciptakan daya tarik menarik pelanggan untuk membeli. *Store atmosphere* mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Keadaan emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan (Meldarianda dan Lisan, 2010; Sukma *et al*, 2012). *Atmosphere* rumah makan

menjadi pertimbangan pelanggan dalam mengunjungi rumah makan yang akan dipilih untuk dikunjungi. Suasana rumah makan yang menarik dan nyaman akan membuat pelanggan merasa puas. Saat pelanggan terpuaskan oleh suasana rumah makan, pelanggan pun akan datang berkunjung kembali.

Dalam melakukan usaha rumah makan, kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena salah satu indikator dalam bisnis adalah kualitas, dimana salah satu cara untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah melalui meningkatkan kualitas (Ryan, 20153). Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan rumah makan.

Selain kualitas pelayanan, kualitas makanan juga dapat menjadi pertimbangan pelanggan untuk datang berkunjung. Kualitas makanan yang ditawarkan akan menambah daya tarik para pelanggan untuk datang berkunjung karena mendapatkan makanan yang berkualitas sehingga konsumen mendapat rasa makanan yang enak (Kivela *et al*, 2015).

Harga merupakan nilai tertentu yang harus dibayar atas nilai suatu produk atau jasa yang telah dibeli atau digunakan. Harga menjadi nilai agregat dari semua hal yang diberikan produsen terhadap pelanggan dalam mendapatkan keuntungan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Alfred, 2013). Harga juga merupakan indikator nilai, karena berhubungan dengan manfaat langsung yang dirasakan oleh pelanggan. Bagi bisnis kuliner, pertimbangan harga berkaitan dengan penentuan harga yang sesuai dengan kualitas sehingga bisa dijangkau oleh

konsumen, namun tetap menghasilkan keuntungan terhadap rumah makan. Hal lain yang tidak boleh dilupakan dalam pertimbangan harga adalah harga dari produk pesaing karena jika harga produk pesaing lebih rendah pelanggan akan mudah terpengaruh untuk mengkonsumsi produk pesaing tersebut. Oleh karena itu perusahaan harus cermat dalam strategi penentuan harga.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler,2012:5). Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari akan pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian (*postpurchase action*) (Kotler,2012:6). Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.

Tidak demikian dengan seorang pelanggan yang tidak merasa puas (*dissatisfied*). Pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian produk, atau secara ekstrim bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan melalui seorang pengacara.

Demikian hal tersebut haruslah dapat diantisipasi oleh perusahaan, karena seorang pelanggan yang tidak puas dapat merusak kepuasan pelanggan.

Perusahaan harus memiliki cara untuk meminimalisir jumlah pelanggan yang tidak puas setelah proses pembelian terjadi.

Semakin berkembangnya masyarakat modern seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk dan mengakibatkan semakin banyak para pekerja pria maupun wanita yang menghabiskan waktu di luar rumah. Hal itu mengakibatkan mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Karena dengan memilih membeli makanan di luar rumah mereka memiliki banyak alternatif dalam memilih menu makanan yang mereka inginkan, selain untuk memenuhi kebutuhan makannya, mereka juga mencari tempat makan yang memiliki suasana rumah makan yang tenang dan nyaman. Setelah seharian melakukan aktivitas dan pekerjaan yang melelahkan mereka membutuhkan ketenangan dan kenyamanan untuk mengembalikan *mood* mereka.

Dari banyaknya rumah makan yang mengalami perkembangan, Waroeng Spesial Sambal Pati menarik untuk dilakukannya penelitian. Karena rumah makan ini mempunyai makanan khas Indonesia yang mengalami perkembangan cukup pesat dalam 10 tahun belakang ini, yaitu Waroeng Spesial Sambal. “Waroeng SS” khususnya untuk Waroeng Spesial Sambal Pati. Sesuai dengan namanya, produk utama yang diandalkan adalah sambalnya. Seperti yang kita ketahui masyarakat Indonesia merasa kurang lengkap ketika makan tidak disertai dengan sambal. Waroeng Spesial Sambal (SS) didirikan pada tahun 2002 dengan konsep warung tenda, Yoyok Heri Wahyono bersama teman-temannya membuka usaha makanan dengan mengandalkan cita rasa sambal yang pedas.



Tabel 1.1

## Daftar Menu Sambal dan Harga di Waroeng Spesial Sambal Pati

| No. | Nama Sambal                  | Harga     |
|-----|------------------------------|-----------|
| 1.  | Sambal Belut                 | Rp. 5.000 |
| 2.  | Sambal Teri                  | Rp. 4.000 |
| 3.  | Sambal Tempe                 | Rp. 2.500 |
| 4.  | Sambal Tahu                  | Rp. 2.500 |
| 5.  | Sambal Terasi Segar          | Rp. 2.500 |
| 6.  | Sambal Terasi Matang         | Rp. 2.500 |
| 7.  | Sambal Tomat Segar           | Rp. 2.500 |
| 8.  | Sambal Terasi Brambang Tomat | Rp. 2.500 |
| 9.  | Sambal Bawang                | Rp. 2.000 |
| 10. | Sambal Bawang Goreng         | Rp. 2.500 |
| 11. | Sambal Bawang Tomat          | Rp. 2.000 |
| 12. | Sambal Lombok Ijo            | Rp. 2.000 |
| 13. | Sambal Gopal Gabul           | Rp. 5.500 |
| 14. | Sambal Korek Brambang        | Rp. 2.500 |
| 15. | Sambal Bajak                 | Rp. 2.500 |
| 16. | Sambal Kecap                 | Rp. 2.500 |
| 17. | Sambal Rempelo Ati           | Rp. 4.000 |
| 18. | Sambal Goreng Rempelo Ati    | Rp. 5.500 |
| 19. | Sambal Tomat                 | Rp. 2.500 |
| 20. | Sambal Terong                | Rp. 4.500 |
| 21. | Sambal Udang Pedas           | Rp. 7.000 |
| 22. | Sambal Cumi                  | Rp. 7.000 |
| 23. | Sambal Jengkol               | Rp. 5.500 |
| 24. | Sambal Jamur                 | Rp. 5.000 |
| 25. | Sambal Wader                 | Rp. 4.000 |
| 26. | Sambal Dabu-Dabu Kuah        | Rp. 2.500 |
| 27. | Sambal Mangga Muda           | Rp. 4.000 |
| 28. | Sambal Pete                  | Rp. 5.500 |
| 29. | Sambal Bawang Bakar          | Rp. 2.000 |
| 30. | Sambal Trasi Tomat Segar     | Rp. 2.500 |
| 31. | Sambal Goreng Brambang       | Rp. 3.500 |

Sumber : Waroeng Spesial Sambal Pati, 2018.

**Tabel 1.2**  
**Daftar Menu Lauk dan Harga di Waroeng Spesial Sambal Pati**

| No. | Nama Lauk               | Harga      |
|-----|-------------------------|------------|
| 1.  | Ayam Kampung Dada       | Rp. 16.000 |
| 2.  | Ayam Kampung Paha       | Rp. 16.000 |
| 3.  | Ayam Negeri Dada        | Rp. 10.000 |
| 4.  | Ayam Negeri Paha        | Rp. 10.000 |
| 5.  | Bebek Dada              | Rp. 17.000 |
| 6.  | Bebek Paha              | Rp. 17.000 |
| 7.  | Belut Sawah Polos       | Rp. 8.500  |
| 8.  | Ikan Wader              | Rp. 6.000  |
| 9.  | Iga Sapi                | Rp. 26.000 |
| 10. | Babat Sapi              | Rp. 13.000 |
| 11. | Iso Sapi                | Rp. 13.000 |
| 12. | Telur Ceplok            | Rp. 4.500  |
| 13. | Telur Dadar             | Rp. 4.500  |
| 14. | Telur Dadar Gobal-Gabul | Rp. 5.000  |
| 15. | Tahu Goreng             | Rp. 4.500  |
| 16. | Tempe Goreng            | Rp. 4.500  |
| 17. | Tempe Goreng Tepung     | Rp. 5.000  |
| 18. | Rempelo Ati             | Rp. 9.000  |
| 19. | Ikan Bandeng            | Rp. 6.000  |
| 20. | Ikan Bawal              | Rp. 8.000  |
| 21. | Ikan Nila               | Rp. 9.000  |
| 22. | Ikan Lele               | Rp. 7.500  |
| 23. | Jambal Asin             | Rp. 6.000  |
| 24. | Udang Goreng Tepung     | Rp. 10.500 |
| 25. | Cumi Goreng Tepung      | Rp. 10.500 |
| 26. | Daging Sapi             | Rp. 14.000 |
| 27. | Jamur Goreng Tepung     | Rp. 5.000  |
| 28. | Perkedel Ayam           | Rp. 5.500  |
| 29. | Ikan Pindang            | Rp. 5.500  |
| 30. | Ikan Gurame             | Rp. 32.000 |

*Sumber : Waroeng Spesial Sambal Pati, 2018.*

Tabel 1.3

**Daftar Menu Sayur dan Harga di Waroeng Spesial Sambal Pati**

| No. | Nama Sayur          | Harga     |
|-----|---------------------|-----------|
| 1.  | Jamur (Ca/Tumis)    | Rp. 5.000 |
| 2.  | Gudangan            | Rp. 4.000 |
| 3.  | Kangkung (Ca/Tumis) | Rp. 4.500 |
| 4.  | Karedok             | Rp. 4.000 |
| 5.  | Kubis Goreng        | Rp. 2.500 |
| 6.  | Lalapan             | Rp. 3.000 |
| 7.  | Pecel               | Rp. 4.000 |
| 8.  | Pete Goreng         | Rp. 4.000 |
| 9.  | Plecing Jawa        | Rp. 3.500 |
| 10. | Sayur Asem          | Rp. 4.500 |
| 11. | Terong Goreng       | Rp. 3.500 |
| 12. | Tauge (Ca/Tumis)    | Rp. 4.500 |

Sumber : Waroeng Spesial Sambal Pati, 2018.

Tabel 1.4

**Daftar Menu Minuman dan Harga di Waroeng Spesial Sambal Pati**

| No. | Nama Minuman            | Harga      |
|-----|-------------------------|------------|
| 1.  | Juice Apel              | Rp. 6.500  |
| 2.  | Juice Jambu             | Rp. 6.500  |
| 3.  | Juice Jeruk             | Rp. 6.000  |
| 4.  | Juice Mangga            | Rp. 6.500  |
| 5.  | Juice Melon             | Rp. 6.000  |
| 6.  | Juice Nangka            | Rp. 6.500  |
| 7.  | Juice Alpukat           | Rp. 10.000 |
| 8.  | Juice Strawberry        | Rp. 10.000 |
| 9.  | Juice Wortel            | Rp. 5.500  |
| 10. | Juice Gopal-Gabul       | Rp. 10.000 |
| 11. | Juice Tomat             | Rp. 4.500  |
| 12. | Jeruk Nipis (hangat/es) | Rp. 4.000  |
| 13. | Teh (hangat/es)         | Rp. 3.500  |
| 14. | Kopi Hitam              | Rp. 9.000  |
| 15. | Susu Coklat / Putih     | Rp. 6.000  |
| 16. | Air Putih               | Rp. 1.000  |

Sumber : Waroeng Spesial Sambal Pati, 2018.



Waroeng SS memiliki pilihan sambal dan menu makanan yang bervariasi, tidak tanggung-tanggung 31 jenis sambal yang disiapkan sebagai pendamping lauk pauk dan nasi dengan tingkat kepedasan di atas rata-rata. Waroeng SS ini pun terus berkembang dan dapat menjual hingga 1,2 juta porsi sambal dalam satu bulan. Jika satu porsi sambal seharga Rp. 2.500, maka omzet yang dihasilkan sudah bisa mencapai hingga 3 milyaran perbulan, tetapi itu belum termasuk angka dari berbagai hidangan yang lain seperti nasi, lauk pauk dan minuman. Jadi, omzetnya tentu lebih besar dari perkiraan tersebut. Seiring berjalannya waktu Waroeng SS dapat membuka 86 cabang di beberapa kota di Indonesia dengan total karyawan sekitar 3600 orang.

**Tabel 1.5**  
**Cabang Waroeng Spesial Sambal**

| No. | Nama Waroeng                                 | Kota       |
|-----|--|------------|
| 1.  | Waroeng Spesial Sambal Sompok                | Semarang   |
| 2.  | Waroeng Spesial Sambal Tembalang             | Semarang   |
| 3.  | Waroeng Spesial Sambal Tembalang 2           | Semarang   |
| 4.  | Waroeng Spesial Sambal Puri Anjasmoro        | Semarang   |
| 5.  | Waroeng Spesial Sambal Sambiroto             | Semarang   |
| 6.  | Waroeng Spesial Sambal Lampersari            | Semarang   |
| 7.  | Waroeng Spesial Sambal Ngaliyan              | Semarang   |
| 8.  | Waroeng Spesial Sambal Sampangan             | Semarang   |
| 9.  | Waroeng Spesial Sambal Ungaran               | Semarang   |
| 10. | Waroeng Spesial Sambal Salatiga Diponegoro   | Salatiga   |
| 11. | Waroeng Spesial Sambal Salatiga Sudirman     | Salatiga   |
| 12. | Waroeng Spesial Sambal Pekalongan            | Pekalongan |
| 13. | Waroeng Spesial Sambal Tegal                 | Tegal      |
| 14. | Waroeng Spesial Sambal Kudus                 | Kudus      |
| 15. | Waroeng Spesial Sambal Pati                  | Pati       |
| 16. | Waroeng Spesial Sambal Jatinangor            | Sumedang   |
| 17. | Waroeng Spesial Sambal Cirebon Ampera        | Cirebon    |
| 18. | Waroeng Spesial Sambal Tuparev               | Cirebon    |
| 19. | Waroeng Spesial Sambal Purwokerto Gor Satria | Purwokerto |
| 20. | Waroeng Spesial Sambal Purwokerto Wiryatmaja | Purwokerto |

### Cabang Waroeng Spesial Smbal

|     |  |            |
|-----|--|------------|
| 21. | Waroeng Spesial Sambal Magelang            | Magelang   |
| 22. | Waroeng Spesial Sambal Muntilan            | Magelang   |
| 23. | Waroeng Spesial Sambal Cilacap             | Cilacap    |
| 24. | Waroeng Spesial Sambal Klaten              | Klaten     |
| 25. | Waroeng Spesial Sambal Boyolali            | Boyolali   |
| 26. | Waroeng Spesial Sambal Boyolali Heritage   | Boyolali   |
| 27. | Waroeng Spesial Sambal Banyudono           | Boyolali   |
| 28. | Waroeng Spesial Sambal Sragen              | Sragen     |
| 29. | Waroeng Spesial Sambal Manahan Barat       | Solo       |
| 30. | Waroeng Spesial Sambal Karanganyar         | Solo       |
| 31. | Waroeng Spesial Sambal Patimura            | Solo       |
| 32. | Waroeng Spesial Sambal Gonilan             | Solo       |
| 33. | Waroeng Spesial Sambal Solo Baru           | Solo       |
| 34. | Waroeng Spesial Sambal Jurug               | Solo       |
| 35. | Waroeng Spesial Sambal Kerten              | Solo       |
| 36. | Waroeng Spesial Sambal Manahan Timur       | Solo       |
| 37. | Waroeng Spesial Sambal Wonogiri            | Wonogiri   |
| 38. | Waroeng Spesial Sambal Perjuangan          | Yogyakarta |
| 39. | Waroeng Spesial Sambal Condong Catur Barat | Yogyakarta |
| 40. | Waroeng Spesial Sambal Condong Catur Timur | Yogyakarta |
| 41. | Waroeng Spesial Sambal Besi                | Yogyakarta |
| 42. | Waroeng Spesial Sambal Prambanan           | Yogyakarta |
| 43. | Waroeng Spesial Sambal Pandega Martha      | Yogyakarta |
| 44. | Waroeng Spesial Sambal Samirono            | Yogyakarta |
| 45. | Waroeng Spesial Sambal Godean              | Yogyakarta |
| 46. | Waroeng Spesial Sambal Kusumanegara        | Yogyakarta |
| 47. | Waroeng Spesial Sambal Plengkung Gading    | Yogyakarta |
| 48. | Waroeng Spesial Sambal Veteran             | Yogyakarta |
| 49. | Waroeng Spesial Sambal Monjali             | Yogyakarta |
| 50. | Waroeng Spesial Sambal Mandusaren          | Yogyakarta |
| 51. | Waroeng Spesial Sambal Babarsari           | Yogyakarta |
| 52. | Waroeng Spesial Sambal Wonosari            | Yogyakarta |
| 53. | Waroeng Spesial Sambal Kyai Mojo           | Yogyakarta |
| 54. | Waroeng Spesial Sambal Palagan             | Yogyakarta |
| 55. | Waroeng Spesial Sambal Megatruh            | Yogyakarta |
| 56. | Waroeng Spesial Sambal De'Halal Mart       | Yogyakarta |
| 57. | Waroeng Spesial Sambal Perumnas            | Yogyakarta |
| 58. | Waroeng Spesial Sambal Gedongkuning        | Yogyakarta |
| 59. | Waroeng Spesial Sambal Bantul              | Bantul     |
| 60. | Waroeng Spesial Sambal Kediri              | Kediri     |
| 61. | Waroeng Spesial Sambal Malang Sengkaling   | Malang     |
| 62. | Waroeng Spesial Sambal Malang Ciliwung     | Malang     |
| 63. | Waroeng Spesial Sambal Jember              | Jember     |
| 64. | Waroeng Spesial Sambal Madiun              | Madiun     |

### Cabang Waroeng Spesial Sambal

|     |  |           |
|-----|--|-----------|
| 65. | Waroeng Spesial Sambal Surabaya Arjuna Raya  | Surabaya  |
| 66. | Waroeng Spesial Sambal Surabaya Mulyorejo    | Surabaya  |
| 67. | Waroeng Spesial Sambal Rungkut               | Surabaya  |
| 68. | Waroeng Spesial Sambal Bali Batubulan        | Bali      |
| 69. | Waroeng Spesial Sambal Bali Tukad Barito     | Bali      |
| 70. | Waroeng Spesial Sambal Uluwatu               | Bali      |
| 71. | Waroeng Spesial Sambal Kisamaun              | Tangerang |
| 72. | Waroeng Spesial Sambal Kisamaun 2            | Tangerang |
| 73. | Waroeng Spesial Sambal BSD                   | Tangerang |
| 74. | Waroeng Spesial Sambal Lippo Karawaci        | Tangerang |
| 75. | Waroeng Spesial Sambal Bintaro               | Tangerang |
| 76. | Waroeng Spesial Sambal Citra Raya            | Tangerang |
| 77. | Waroeng Spesial Sambal L'Agicola             | Tangerang |
| 78. | Waroeng Spesial Sambal Gading Serpong        | Tangerang |
| 79. | Waroeng Spesial Sambal Pesan Antar Palemsemi | Tangerang |
| 80. | Waroeng Spesial Sambal Bintaro 2             | Tangerang |
| 81. | Waroeng Spesial Sambal Tanjung Duren         | Jakarta   |
| 82. | Waroeng Spesial Sambal Tanjung Duren Utara   | Jakarta   |
| 83. | Waroeng Spesial Sambal Greenville            | Jakarta   |
| 84. | Waroeng Spesial Sambal Bekasi                | Bekasi    |
| 85. | Waroeng Spesial Sambal Depok                 | Depok     |
| 86. | Waroeng Spesial Sambal Bogor Yasmin          | Bogor     |

Sumber : [www.waroengss.com](http://www.waroengss.com), (2018)

Waroeng Spesial Sambal Pati berdiri sejak tahun 2014, terletak pada jalan KH. Wahid Hasyim No. 22 Pati. Waroeng SS terletak di jantung kota Pati sehingga membuat lokasi rumah makan pedas ini mudah diakses. Waroeng SS ini dibuka mulai pukul 11.00 WIB dan tutup pada jam 21.00 WIB. Selain harganya terbelang terjangkau, Waroeng SS menawarkan pelayanan rumah makan yang profesional dan menarik. Hampir setiap hari Waroeng SS selalu dibanjiri pengunjung, terutama para penggemar sambal ala SS. Selain itu para pengunjung bisa memilih puluhan menu menarik tanpa ragu.

**Tabel 1.6**  
**Jumlah Pengunjung Waroeng Spesial Sambal Pati**

| <b>Bulan</b>  | <b>Jumlah Pengunjung</b> |
|---------------|--------------------------|
| Januari       | 6240                     |
| Februari      | 5950                     |
| Maret         | 6200                     |
| April         | 6050                     |
| Mei           | 5850                     |
| Juni          | 4820                     |
| Juli          | 5970                     |
| Agustus       | 5050                     |
| September     | 5720                     |
| Oktober       | 6100                     |
| November      | 6130                     |
| Desember      | 6520                     |
| <b>Jumlah</b> | <b>70.600</b>            |

*Sumber : Waroeng Spesial Sambal Pati, 2018.*

Dari gambar diatas terlihat bahwa jumlah pengunjung Waroeng SS Pati dalam 1 tahun terjadi penurunan dan kenaikan jumlah pelanggan yang tidak menentu setiap bulannya. Penurunan terbesar terlihat pada bulan Juni 2018, hal ini terjadi karena pada bulan Juni 2018 merupakan bulan Ramadhan dimana sebagian besar masyarakat Pati dan sekitarnya merupakan warga muslim yang menjalankan ibadah puasa. Kemudian berkurangnya jam operasional juga berdampak pada berkurangnya jumlah pengunjung Waroeng SS Pati.

Penelitian yang dilakukan oleh Arifin *et al* (2015) mengungkapkan bahwa kondisi atmosfer rumah makan seperti warna, desain, tata lampu dan tata letak berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan. Bahkan hasil penelitian Pecotic, Bazdan dan Samardzija (2017) mengungkapkan, bahwa pelanggan bersedia membayar lebih mahal untuk memperoleh kondisi desain interior yang



lebih baik. Namun hasil penelitian berbeda diungkapkan Andaleeb dan Conway (2016) bahwa desain dan penampilan fisik tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Malik *et al* (2016) mengungkapkan komponen kualitas pelayanan seperti penampilan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Ryu dan Han (2015) menyatakan, kualitas pelayanan berperan signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan. Bahkan hasil penelitian Andaleeb dan Cooway (2016) mengungkapkan, kualitas pelayanan menjadi faktor terpenting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut Namkung dan Jang dalam Nasir *et al* (2017) kualitas makanan sebagian besar telah diakui sebagai komponen penting dalam operasi setiap rumah makan, hal ini memiliki pengaruh utama pada kepuasan pelanggan. Demikian pula menurut Kivela *et al* (2015) kualitas makanan yang sehat juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil yang dinyatakan oleh Ahmad A. Al-Tit (2015) juga menyatakan bahwa *Food Quality* (Kualitas Makanan) mempunyai pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan.

Berbagai studi menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dan juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Andaleeb dan Conway, 2016; Samuel *et al* 2017). Menurut Ryu dan Han (2015) menunjukkan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Herman *et al* (2017) menegaskan harga yang fair berpengaruh terhadap kepuasan. Namun penelitian



Sabir *et al* (2016) mengungkapkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan adanya uraian di atas maka penelitian yang diambil mengenai **“Pengaruh *Atmosphere* Rumah Makan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Waroeng Spesial Sambal Pati)”**.

## **1.2. Ruang Lingkup**

Begitu luasnya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal Pati, maka untuk menghindari adanya kesalahan pandangan karena luasnya permasalahan maka ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi pada masalah berikut ini.

- 1.2.1. Variabel independen adalah *atmosphere* rumah makan, kualitas pelayanan, kualitas makanan dan harga terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.
- 1.2.2. Obyek penelitian pada pelanggan Waroeng Spesial Sambal Pati.
- 1.2.3. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan harian Waroeng Spesial Sambal Pati.
- 1.2.4. Penelitian dilakukan selama 2 bulan.

### 1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan yang dihadapi Waroeng Spesial Sambal Pati yaitu persaingan di dunia bisnis kuliner. Bisnis kulinerpun banyak bermunculan sehingga membuat persaingan di dunia bisnis kuliner semakin tinggi dan para pengusaha dituntut untuk semakin menghadapi persaingan. Selain itu jumlah pengunjung yang mengalami penurunan pada saat bulan ramadhan juga mempengaruhi penjualan di Waroeng Spesial Sambal Pati. Dari masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1.3.1. Apakah *atmosphere* rumah makan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
- 1.3.2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
- 1.3.3. Apakah kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
- 1.3.4. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
- 1.3.5. Apakah *atmosphere* rumah makan, kualitas pelayanan, kualitas makanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara berganda?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

- 1.4.1. Untuk menganalisis pengaruh *atmosphere* rumah makan terhadap kepuasan pelanggan.
- 1.4.2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- 1.4.3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan.
- 1.4.4. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
- 1.4.5. Untuk menganalisis pengaruh *atmosphere* rumah makan, kualitas pelayanan, kualitas makanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara berganda.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut:

##### 1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

### 1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada Waroeng Spesial Sambal Pati untuk mengetahui bagaimana persepsi pelanggan mengenai *atmosphere* rumah makan, kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

